

PANORAMA MUNDIAL DEL TURISMO CULTURAL

CARLOS HIRIART PARDO¹



¹ Facultad de Arquitectura de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Comité Científico de Turismo Cultural del ICOMOS Mexicano.

² De los investigadores que están trabajando el tema destacan: en España, José Ballart y Jordi I. Juan Tresserras (Universidad de Barcelona), Rafael López y Salvador Antón Clavé (Unidad de Geografía, Universidad Rovira i Virgili, Tarragona), Rosa Campillo Garrigós (Universidad de Murcia) y de manera particular el Dr. Miguel Ángel Troitiño Vinuesa, quien encabeza un equipo de trabajo de investigación en la Universidad Complutense de Madrid, con Manuel de la Calle Vaquero, María García Hernández, participando en este equipo también Luis Felipe Cabales del Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio de la Universidad de Guadalajara. En USA, Richard Shieldhouse, Center for World Heritage Research & Stewardship University of Florida Gainesville, Florida. En México, se reconocen diversos trabajos de investigadores como: Salvador Gómez Nieves (Departamento de Turismo, Recreación y Servicios del Centro Universitario de Ciencias Sociales de la Universidad de Guadalajara, U. de G.), Lucía González Torrerós (Departamento de Geografía y Ordenación Territorial de la U. de G.), Daniel Hierneux (Universidad Autónoma Metropolitana, UAM, Ixtapalapa), Rogelio Martínez Cárdenas de la U. de G., de los Organismos No Gubernamentales se distinguen la UNESCO, y sus

RESUMEN

La relación entre el turismo, como fenómeno socio-económico, con el patrimonio cultural y natural como recurso perdurable del espacio urbano y de cualquier territorio o región, se viene analizando científicamente —y con cierta expectación— por diversos investigadores, organismos no gubernamentales e instituciones públicas y privadas, a partir de un enfoque vinculado a los planteamientos de sustentabilidad y del desarrollo local.²

De una postura crítica inicial, que reflejaba la preocupación y la problemática derivada de las repercusiones y riesgos del turismo masivo sobre el medio ambiente, y de las lamentables experiencias e impactos nocivos que produjo también en el legado histórico, se ha pasado a otra que considera ampliamente la búsqueda de un turismo responsable, que procure prioritariamente un equilibrio para enfrentar y mitigar las repercusiones negativas, incluyendo como una estrategia prioritaria a la gestión durable del patrimonio natural y del patrimonio cultural, aportando nuevas visiones y metodologías para medir los impactos y repercusiones, generando herramientas de gestión e indicadores de evaluación como el concepto de capacidad de carga de los destinos turísticos.

ABSTRACT

The linkage between tourism as a socio-economic phenomenon and cultural and natural heritage as a long lasting resource of the urban space and of any other territory or region, has been analyzed by several researchers, NGO's and public and private institutions, from an approach that emphasizes on sustainability and local development. The first concern about tourism was centered on the environmental repercussions and risks of massive tourism

and its regrettable and damaging impact on heritage. Nowadays analysts focus on the search for a responsible tourism that prioritizes a certain balance to confront and mitigate tourism's negative repercussions; including a long term natural and cultural heritage management and therefore contribute to create new viewpoints and methodologies to measure impacts and repercussions, thus generating management tools and indicators such as tourist destinations's carrying (or lifting) capacity.

Palabras clave: patrimonio natural y cultural, turismo, desarrollo local.

Key words: *Natural and cultural heritage, tourism, local development.*

órganos consultivos, como el Consejo Internacional de Sitios y Monumentos (ICOMOS) y el Consejo Internacional de Museos (ICOM), el Comité Científico de Turismo Cultural del ICOMOS, el Instituto de Turismo Responsable, el Equipo NAYA, la Organización Mundial del Turismo, entre muchos otros, así mismo los diversos proyectos de investigación y estrategias planteadas por la Unión Europea y la Agencia Española de Cooperación Internacional, la Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, el Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico; y en el caso de México, la Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo de CONACULTA, el INAH, la SECTUR, el Centro de Estudios Superiores en Turismo y la Episcopal para la Movilidad Humana del Episcopado Mexicano.

INTRODUCCIÓN

Esta presentación, estructurada en cuatro partes, inicia con una reflexión sobre las tendencias de crecimiento global del turismo, para plantear la relevancia y el panorama que guarda la actividad turística cultural en el mundo, esbozando las visiones encontradas que se tienen en relación con el uso que se le da al patrimonio cultural dentro de las dinámicas turísticas. En una segunda parte se plantean los componentes que integran el concepto de turismo cultural y los efectos que se producen en el medio ambiente y en particular en el patrimonio cultural.

En la tercera parte se reflexiona sobre la compleja relación que enmarca al turismo cuando se vincula a actividades culturales y con el patrimonio material e inmaterial, planteando los componentes básicos que estructuran al turismo cultural y destacando la necesidad de establecer políticas claras y adecuadamente planificadas en la búsqueda de un turismo cultural sustentable. En la cuarta parte, a manera de conclusión, buscaremos esbozar algunas reflexiones básicas que permitan orientar a los agentes públicos y privados y a los diferentes actores que se vinculan con la industria turística, sobre la relevancia de actuar dentro de esta actividad, a partir de algunas consideraciones y postulados fundamentales de gestión, para identificar problemas y prevenirlos, a fin de mantener el equilibrio tan necesario entre desarrollo social, desarrollo turístico y conservación del patrimonio cultural.

I. TURISMO: UNA DE LAS ACTIVIDADES MÁS IMPORTANTES DE LA ECONOMÍA MUNDIAL

El turismo continúa posicionándose como una de las actividades más importantes de la economía mundial, como un fenómeno de carácter intensivo y generalizado a partir del modelo desarrollado desde los años treinta, el cual se ha intensificado desde el término de la Segunda Guerra Mundial, impulsado por diversos factores como la accesibilidad y el crecimiento de los sistemas de transporte masivo (ferrocarril, autobús, automóvil, avión, etc.), la construcción de grandes complejos de esparcimiento para la clase media y una mayor disponibilidad del tiempo libre, entre otros.

En pleno siglo XXI, la actividad turística es un fenómeno que crece constantemente, beneficiándose del derecho al tiempo libre de las personas para descansar, recrearse, cultivarse y socializar con otros individuos, con iden-

tidades, culturas, formas de vida y creencias diferentes. En la actualidad, se constituye como una de las actividades económicas más importantes del mundo, la cual en el año 2010 tuvo una fuerte recuperación (+6.7%) después del declive de 2009, registrando 935 millones de llegadas de turistas internacionales (57 millones más que en el 2009) con un crecimiento en la gran mayoría de los destinos a nivel mundial (véase Gráfica 1).

Gráfica 1. Llegadas de turismo internacional por regiones en el mundo en el año 2010.



Este escenario, que a nivel mundial representa una derrama económica de \$915 billones de dólares americanos (véase Gráfica 2), expone de manera contundente la relevancia que tiene la actividad turística, dentro de todos sus segmentos, para las economías consolidadas y sobre todo para muchas economías emergentes en América Latina y el Caribe.³

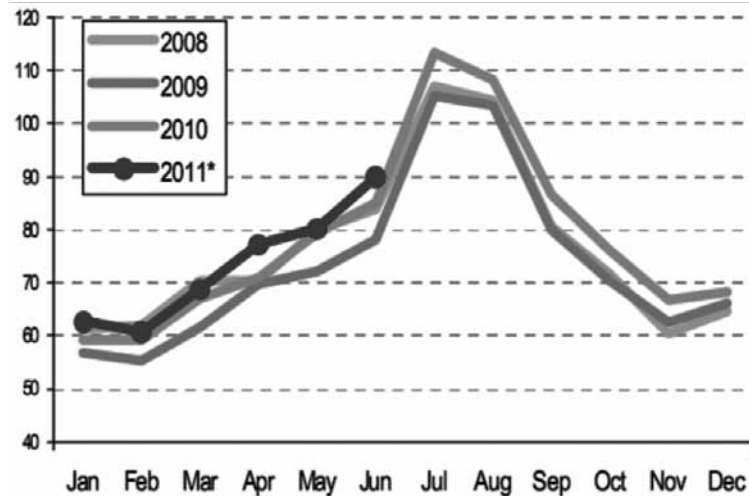
En el 2011, esta tendencia ha tenido un crecimiento promedio del 5% en el primer semestre del año, lo cual representa 440 millones de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial, escenario resultado de múltiples cambios favorables en la industria turística (véase Gráfica 3). Según los datos más recientes de la Organización Mundial de Turismo, publicados en agosto de 2011, en la región de americana, durante el periodo de enero a mayo del 2011, se destaca una tendencia de crecimiento del 5%, que muestra alentadores resultados de dos dígitos, obtenidos principalmente en los países sudamericanos⁴ (+17%).

³ Cf. UNWTO, *Word Tourism Barometer (Interim update)*, Madrid, OMT, April 2011, p.1.

⁴ Cf. UNWTO, *Word Tourism Barometer (Volume 9, No. 1)*, Madrid, OMT, February 2011, p.6.

Gráfica 2.
Evolución por
mes de la llegada
de turistas
internacionales a
nivel mundial.

Fuente: World
Tourism
Organization
(UNWTO), *World
Tourism Barometer
(Interim Update)*,
Madrid, OMT,
April, 2011.



En el marco de los contextos antes señalados, los recursos naturales, y en particular los recursos culturales —el patrimonio material e inmaterial, el folclore, las tradiciones religiosas y la espiritualidad de muchos lugares—, generan escenarios de oferta turística que demandan estudios, propuestas y herramientas de gestión para consolidar los beneficios y revertir las tendencias desfavorables, para replantear la función turística-cultural hacia una directriz de manejo y desarrollo más favorable para la conservación de la herencia cultural y para el desarrollo local, generando un turismo ético que considere el principio de sustentabilidad en toda su amplitud, para la planificación y promoción de productos turísticos que acogen conjuntos históricos, monumentos históricos, lugares místicos y de relevancia espiritual, ciudades históricas vivas y sitios arqueológicos que han sido el asentamiento de las antiguas civilizaciones en la historia de la humanidad.

Si bien continúa la tendencia de desarrollo de un turismo masivo en segmentos como el de sol y playa, actualmente la oferta se diversifica y se orienta para atraer una clientela de países con economías más estables, hacia naciones en proceso de desarrollo, hecho y actividad que significa indiscutiblemente una importante fuente de ingresos y que, en muchos casos, ubica al turismo como una prioridad nacional dentro de las políticas de Estado de la naciones, como es el caso de México, que ha definido el 2011 como “El año del turismo en México”.

II. PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO

Para la UNESCO, el turismo se reafirma como uno de los pilares fundamentales de las propuestas de crecimiento económico de numerosas naciones, constituyéndose en la actividad de mayor expansión en todos los continentes, la cual está generando una fuerte competencia entre países, regiones, ciudades y poblados, que compiten por posicionarse dentro del segmento del turismo cultural, en un mercado nacional e internacional exigente y de fuerte demanda.

Alrededor del fenómeno turístico, se forman diversas tramas de relaciones e intereses que caracterizan su funcionamiento como un sistema complejo, en el cual se congregan usuarios diversos que perciben su potencial a través de códigos distintos,⁵ otorgándole una dualidad positiva-negativa, según los intereses o las expectativas que se establecen a partir de su potencial para alcanzar objetivos y metas diversas, principalmente de crecimiento económico, muchas veces alejadas totalmente de una visión integral, que conlleve a prácticas de manejo sustentable de los recursos naturales y culturales.

La afirmación de que el turismo puede ser tanto el mejor amigo como el peor enemigo del desarrollo es una premisa irrefutable, habida cuenta del peso económico que la industria turística tiene, por lo cual se debe prestar gran atención a este fenómeno de aspectos múltiples y ámbitos de desarrollo globales, en virtud de que los efectos del turismo en el medio ambiente y en particular en el patrimonio cultural son tales, que demandan estrategias innovadoras para sentar las bases de efectivas políticas internacionales, regionales y locales, en la gestión del turismo cultural.

El filósofo francés Yves Michaud, considera que:

no se puede decir que el turismo es bueno o malo, es una realidad imparable con la que tenemos que convivir y aprender a gestionar, porque hay diferentes respuestas posibles. Nos presiona y afecta también a nuestros recursos naturales e identidad cultural. Por eso hay que abordarlo desde una perspectiva global, porque no es sólo una cuestión cultural, económica, política o de gestión museística, sino la suma de todo ello.⁶

Es en este sentido que la UNESCO y organismos como el ICOMOS han planteado su preocupación y compromiso, con diversos países, para la for-

⁵ Boullón, Roberto, *Planificación del Espacio Turístico*, México, Trillas (Colección Trillas Turismo), 1990, p.13.

⁶ Yves Michaud, "Los turistas son unos invasores que pagan", *Diario El País*, Barcelona, 23 de Mayo de 2005. Tomado de www.patrimonio-mundial.com/turismocultural260505.htm, fecha de consulta 3 de septiembre del 2008, p.13.

mulación de políticas públicas y estrategias de desarrollo, “replantando la relación entre turismo y diversidad cultural, entre turismo y diálogo intercultural y entre turismo y desarrollo. De este modo piensa contribuir a la lucha contra la pobreza, a la defensa del medio ambiente y a un aprecio mutuo de las culturas.”⁷

II.1. EL PATRIMONIO CULTURAL:

RECURSO ESTRATÉGICO DEL TURISMO CULTURAL

Las nociones de patrimonio cultural material e inmaterial acogen conceptos como monumento histórico, patrimonio intangible, conjuntos históricos, arquitectura vernácula, herencia inmaterial, tradiciones orales, festividades, etc., los cuales en el devenir de la historia han adquirido una nueva dimensión y significado, producto de su diversidad y de la relación de esos bienes culturales con su entorno social, físico y natural. En el caso del patrimonio urbano-arquitectónico, se identifican unidades territoriales (ciudades, barrios, poblados, etc.), que en la actualidad conforman parte de la memoria urbana y arquitectónica de poblaciones y conjuntos históricos en proceso de edificación y transformación permanente. Este patrimonio, al presente, establece una relación más dinámica, social y culturalmente, con diversos procesos y estrategias productivas, en las que destaca de manera contundente el turismo cultural, actividad que es punta de lanza en las políticas turísticas de muchos países europeos, asiáticos, africanos y latinoamericanos, que compiten fuertemente por posicionarse en los primeros sitios de captación de turistas internacionales y de las divisas que estos derraman a nivel mundial.

II.2. LOS NUEVOS SIGNIFICADOS

DEL PATRIMONIO MATERIAL E INMATERIAL

En el transcurso de los últimos 30 años la noción de patrimonio cultural, tangible e intangible, se va haciendo de nuevos significados, formándose una corriente de pensamiento que lo valora en una visión estratégica universal y que lo inserta plenamente de manera dinámica en la vida cotidiana de las comunidades. Esta nueva visión del patrimonio y de la cultura, como recursos útiles a la sociedad, se confronta a la siempre permanente postura de aquellos que opinan que la conservación del legado cultural e histórico

⁷ Cf. UNESCO, *Turismo Cultural Sostenible*, tomado de: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=36700&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Fecha de consulta, 15 de septiembre del 2011.

y el desarrollo social y económico son incompatibles, y que no reconocen la dimensión social y económica que ante la globalización adquiere el patrimonio y las industrias culturales en las cuales cabe plenamente la actividad turística sustentable.

En este marco, las políticas para la conservación y el manejo de los bienes patrimoniales han venido evolucionando y reordenándose, incluyendo no solamente acciones para la conservación y protección de estos bienes de manera integral, sino destacando y haciéndose realidad nuevos enfoques como el buen uso del patrimonio, el valor de uso, el valor formal, el valor simbólico y el uso social; escenario que emana de un camino trazado por muchos investigadores en los últimos años y reconocido formalmente por la propia UNESCO e impulsado como un modelo para el desarrollo sostenible por la Unión Europea y muchos países de nuestro continente.

Es en este contexto doctrinal que Xavier Greffe afirma que

la actitud con respecto al patrimonio se ha enriquecido con una percepción más abierta a partir de una reflexión social sobre el papel económico del patrimonio como creador de empleo y de bienestar.⁸

III. EL TURISMO CULTURAL

El turismo cultural aparece en las cuatro últimas décadas⁹ como un fenómeno social que presenta una de las mejores perspectivas para ocupar el tiempo libre, vinculado con la herencia histórica de los territorios en donde se desarrolla, contribuyendo al desarrollo regional y de las ciudades y poblados que son depositarios de un importante legado patrimonial.

Al respecto Tomás Villasante Rodríguez manifiesta:

Turismo y cultura son dos realidades destinadas a converger en sus objetivos, intereses y programas y a coordinar su potencial y su capacidad de atracción de visitantes, a partir de lo que conocemos como turismo cultural, un concepto que responde, en la actualidad, a una nueva demanda social y supone un alto consumo de servicios, que debe revertir en beneficio tanto del patrimonio y su conservación, como en el desarrollo socioeconómico de la zona de atracción turística.¹⁰

En la actualidad, el interés por apreciar los territorios y espacios históricos en los cuales se ubican manifestaciones culturales tangibles e intangibles, ha

⁸Greffe, Xavier, "¿Es el patrimonio un incentivo para el desarrollo?", en *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, año XI, Núm. 42, Junta de Andalucía-IAPH, febrero 2003, p. 43.

⁹ La relación del turismo con el patrimonio se viene planteando desde 1970 en un debate internacional en el seno de la UNESCO, y fue abordado ampliamente dentro del marco de la "Conferencia Intergubernamental sobre aspectos institucionales, administrativos y financieros de las políticas culturales", celebrada en Venecia, Italia en el año de 1970. En esta reunión la UNESCO manifestó su preocupación por el hecho de que "el enlace entre los servicios encargados del turismo y los encargados de la conservación del patrimonio cultural dista mucho de ser satisfactorio". Cf., UNESCO, "Conferencia intergubernamental sobre los aspectos institucionales, administrativos y financieros de las políticas culturales. Resolución Núm. 10", Venecia, del 24 de agosto al 2 de septiembre de 1970.

¹⁰ Herrera Prieto, Luis César (Coordinador), *Turismo Cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000, p. 7.

dado un salto cuantitativo y sobre todo cualitativo. De ser una motivación hasta hace varios años de una élite sociocultural, se ha constituido en una exigencia de muchas personas (viajeros) como un producto de consumo para la recreación de minorías más selectivas, con intereses particulares, que se estructuran como grupos homogéneos y configuran un mercado específico que incorpora los bienes culturales como componente imprescindible de su demanda de oferta turística.

El estudio del turismo relacionado con la cultura y el patrimonio material e inmaterial, se enmarca en una relación compleja, en virtud de las características de funcionamiento de los dos sectores que si bien pueden ser complementarios, sus necesidades son diferentes y están determinadas por el entorno físico, social, económico, ambiental, histórico y político del territorio en que se desarrolla.

Para la Comisión de las Comunidades Europeas,¹¹ el turismo cultural está constituido en su oferta por tres elementos o condicionantes básicos:

- Un deseo de conocer y comprender los objetos muebles y las obras materiales, los lugares incluyendo la población con la que se entra en contacto, y las tradiciones.
- El consumo de un producto que contenga un significado cultural (ciudades y conjuntos históricos, monumentos, poblaciones vernáculas, obras de arte, festividades y tradiciones inmateriales, intercambio de ideas, gastronomía, artesanía, etcétera).
- La intervención de un mediador, que tenga la función de subrayar el valor del producto cultural, su presentación y explicación, propiciando una interpretación efectiva y auténtica del bien.

El término *Turismo cultural* se acuña como un concepto de concurrencia entre cultura y turismo. El origen tiene mucho que ver con necesidades de mercado, tanto de la gestión cultural como del propio sector turístico; sin embargo, a pesar del paso del tiempo y tras muchos debates, encontramos todavía desde el mundo de la cultura una percepción de lo turístico como algo de segunda categoría o nivel, solamente aceptable por la trascendencia económica que puede suponer; por otra parte, desde el sector turístico, y a pesar del machacado discurso de la sostenibilidad, siguen prevaleciendo modelos en los que cultura y patrimonio material e inmaterial son componentes consumibles de productos banales de alta rentabilidad.

¹¹ Comisión de las Comunidades Europeas, *El Turismo Cultural en Europa*, DGXXIII, Bruselas, 1993, citado por Ballart, Josep y Jordi Juan I. Tresserras en *Gestión del Patrimonio Cultural*, Barcelona, Ariel (Colección Ariel Patrimonio), 2001, p. 202.

De igual modo, en las últimas décadas se han generado perspectivas novedosas en las relaciones entre turismo, cultura y patrimonio, algunas positivas y otras menos afortunadas, en las cuales la interacción entre los tres ámbitos no es el que se supone que debiera ser en muchos casos. Sin embargo, en el presente no se puede afirmar, tal como se hacía 30 años atrás, que cultura y turismo sean conceptos antagónicos, que no se pueden mezclar, en particular si compartimos la definición de *Turismo*, que realizara la OMT en 1994: turismo es “el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos”.

Es dentro de esta conceptualización que encontramos cómo la cultura, en el más amplio sentido, es un pilar trascendental de la actividad turística, sobre todo si vamos más allá de la simple relación turismo/ocio/banalización y nos acercamos más a la concepción de Bertran M. Gordon sobre el origen del turismo, que implica nociones como “la curiosidad, la necesidad de descubrir y saber”, que él define como la “curiosidad en movimiento”.¹²

En el contexto europeo, la Comisión de Turismo del Consejo de Europa promueve el turismo cultural considerándolo “un medio para cimentar la unidad en la diversidad” de las regiones, ciudades y de la población en la Unión Europea. En el caso de Australia y Canadá, la cultura y el turismo se han coordinado para desarrollar coyunturas de mejoras en la calidad de vida de muchos pueblos indígenas; en el caso de África, América Latina y Asia, el turismo cultural se considera un medio para apoyar la conservación del patrimonio y para aumentar los ingresos locales, y un factor de desarrollo y una estrategia prioritaria de Estado en países como Cuba, México, República Dominicana, Colombia, Perú y Argentina, entre otros que se pudieran mencionar.¹³

Es dentro de los escenarios antes señalados que encontramos una movilidad creciente del turismo cultural en general en todo el mundo, que ha transitado de 199 millones de llegadas de turistas con motivaciones culturales en 1995 a 374 millones en 2010 (véanse tablas 1 y 2). En definitiva el turismo cultural es una industria altamente competitiva. Es amplísima la oferta diversificada de productos turísticos sustentados en la cultura material e inmaterial y en particular, en el patrimonio edificado urbano arquitectónico,¹⁴ que ofrecen los principales destinos del mundo, como es el caso

¹² Bertran M. Gordon, “El Turismo de masas un concepto problemático en la historia del siglo XX” en *Revista de Historia Contemporánea. Turismo y nueva sociedad*, núm. 25, 2002 (II), Bilbao, Universidad del País Vasco, pp. 125-156. Consultado en http://www.historiacontemporanea.ehu.es/s0021-con/es/contenidos/boletin_revista/00021_revista_hc25/es_revista/indice.html.

¹³ OECD, *El Impacto de la Cultura en el Turismo*, México, OECD-Secretaría de Turismo, 2009, p. 9.

¹⁴ La OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) en su evaluación mundial sobre la importancia de las industrias culturales, en el PIB de diversas naciones registra un porcentaje entre 3 y 6 % como aportación a la economía de países desarrollados como Australia (3.1%); Canadá (3.5%), Francia (2.8), Reino Unido (5.8), Estados Unidos de América, destacando el turismo como una de las principales actividades que generan réditos y diversas contribuciones a la economía local. Cf. OCDE, *Op. cit.*

Movilidad de Turismo Cultural Internacional (1995-2007-2009-2010)			
Año	Llegadas de turismo internacional (millones)	% de viajes culturales	Total de viajes culturales (millones)
1995	538 (mundo)	37%	199
2007	898 (mundo)	40%	359
2009	880 (mundo)	40%	352
2010	935 (mundo)	40%	374
Movilidad del Turismo Cultural a México (2009-2010)			
Año	Llegadas de turismo internacional (millones)	% de viajes culturales	Total de viajes culturales (millones)
2009	21.54	40%	8.66
2010	22.40	40%	8.96

Fuente: elaboración propia a partir de SECTUR (2002), OECD (2009), OMT (2010) y Consejo de Promoción Turística de México (2010), UNWTO, Barómetro Mundial de Turismo, OMT (2010-1011). Carlos Hiriart / septiembre de 2011.

de España, Francia, Reino Unido, China, Italia, Australia, así como en la gran mayoría de los países del Continente Americano.

La Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OECD)¹⁵ a través de su Comité de Turismo reconoce en su informe del año 2009, sobre *El Impacto de la cultura en el turismo*¹⁶ que “el turismo cultural es uno de los mercados turísticos globales más grandes y de más rápido crecimiento”. Destaca cómo el creciente uso de la cultura y el patrimonio para comercializar los destinos está generando fuertes presiones a los destinos, planteándose la necesidad de diferenciar las identidades e imágenes regionales para aumentar su ventaja comparativa y ofrecer una calidad distintiva de atractivo cultural que no solamente fomente el interés turístico, sino que genere políticas exitosas¹⁷ en el marco de una gestión integral de la ciudad histórica.

Sumado a lo anterior, hay que destacar también el gran interés que se tiene en el contexto mundial por parte del turismo urbano en localidades con valores culturales, como es el caso de las ciudades y conjuntos históricos que la UNESCO ha inscrito en la Lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad, interés que en los últimos 30 años se ha intensificado notablemente, dentro de este segmento el turismo cultural en las ciudades históricas, siendo uno de los que tienen un mayor crecimiento buscando rivalizar con un modelo com-

¹⁵ La OECD es un organismo internacional que ayuda a los gobiernos a plantear y buscar soluciones a los desafíos económicos, sociales y de gobierno en una economía global. Constituida por un grupo de 30 países miembros (México es el único de Latinoamérica) comparten un compromiso por un Estado en una economía de mercado, generando también una relación activa con otros 70 países, organismos no gubernamentales y sociedad civil.

¹⁶ OECD, *Op. cit.* Traducción parcial al español de la obra original en idioma inglés de la páginas 3-75 realizado por la Secretaría de Turismo de México, México, 2009.

¹⁷ Las políticas exitosas son las que asumen un enfoque más amplio a la cultura y el turismo y los ven como factores que pueden estimular el atractivo de las regiones, no sólo como destinos que visitar, sino para vivir, para trabajar e invertir. *Ibid.* p. 9

petitivo diversificado entre actividades culturales, de ocio y esparcimiento y patrimonio histórico, frente a los ya tradicionales y agotados destinos de sol y playa intensamente desarrollados y consolidados en el sur del continente europeo, así como en diversos lugares de Iberoamérica y el Caribe, entre otros destinos de alta demanda mundial.

En el caso de los sitios y conjuntos inscritos en la Lista de Patrimonio de la Humanidad, a partir de su inserción a menudo se detona un aumento en las tasas de visitantes, constituyéndose la actividad turística como una dinámica funcional prioritaria de la ciudad patrimonial y una política de gestión de crucial importancia para la administración y gobierno de la ciudad. Las ventajas que ofrecen las ciudades patrimonio de la humanidad a partir de la puesta en valor turístico de su patrimonio urbano y arquitectónico y de otros valores culturales no son ignoradas por nadie y sin duda alguna no son soslayadas por las autoridades responsables de la promoción turística en diversos niveles de gobierno.

Los réditos que deja el turismo por entradas a conjuntos monumentales como la Alhambra de Granada (24 millones de Euros en 2009¹⁸) y la Catedral de Sevilla (8.14 millones de Euros en 2009¹⁹), las actividades culturales como festivales y las funciones terciarias vinculadas con el comercio y actividades turísticas como la hostelería y la gastronomía, pueden constituirse —bien planificadas y controladas— en prácticas orientadas hacia un turismo sostenible²⁰ y en estrategias para promover los valores culturales, conservar el patrimonio, apoyar la artesanía local, generar empleos y actividades económicas alternativas, y sobre todo propiciar que los turistas culturales se conviertan en aliados para la protección y desarrollo sostenido del sitio dentro de la función turística que adquiere.

Sin embargo, para la propia Organización Mundial de Turismo, la UNESCO y su Comité del Patrimonio Mundial, así como para sus organismos coadyuvantes como el ICOMOS el ICCROM o la World Monuments Watch, y en diversos ámbitos de investigación académica están plenamente identificados los inconvenientes y aspectos negativos que acarrea el turismo, por lo cual la gestión del un turismo cultural sustentable es un proceso que exige “políticas claras, un diálogo permanente con las partes interesadas y una vigilancia constante de los procesos de gestión”²¹ (véase Gráfica 3).

Si bien el turismo puede contribuir a los esfuerzos de protección y restauración del patrimonio, generalmente resulta complicado lograr un justo equilibrio entre el beneficio económico y los efectos indeseables, además

¹⁸ Información proporcionada por el Patronato de la Alhambra y el Generalife en el Seminario de Estudios Comparados de las ciudades Patrimonio de la Humanidad México España, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 25 de junio del 2010.

¹⁹ NAVARRO Ruiz, Francisco 2008, “La gestión de un monumento vivo: La catedral de Sevilla” en *Libro de Actas del Simposio Internacional La Europa de las Catedrales. Conservación y Gestión*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2008, p.83.

²⁰ El principio de “sostenibilidad” es una noción común aplicable a todos los segmentos y definiciones de un nuevo turismo responsable y ético. Las definiciones se refieren a la preservación de los recursos para las futuras generaciones; la utilización del turismo al servicio de la protección del medio ambiente; la limitación de los efectos socioeconómicos negativos, y la producción de beneficios económicos y sociales para la población. La OMT define el turismo sostenible como “el desarrollo de un turismo que toma en cuenta las necesidades de los turistas actuales y de las comunidades receptoras al tiempo que protege y promueve las posibilidades para el futuro. [El resultado esperado es que todos los recursos sean administrados] de modo tal que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas preservando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”. La expresión “turismo sostenible” se emplea con frecuencia en proyectos que solicitan asistencia internacional a la UNESCO en los sitios del Patrimonio Mundial. Cf. Pedersen, Arthur, *Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial. Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial*, Paris, UNESCO-Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO, 2005, p. 24.

²¹ Pedersen, Arthur, *Op Cit.*, pp. 47-54.



Gráfica 3. Proceso de gestión del turismo cultural sustentable.

Fuente: elaboración propia, septiembre 2010.

de la renovación periódica que demandan los destinos turísticos culturales para motivar y conservar la atracción del lugar, en particular de las ciudades históricas.

Los sitios emblemáticos de una nación representan un crisol de valores culturales, arquitectónicos, artísticos, estéticos, económicos, sociales, tradicionales e inmateriales, que construyen la historia de las civilizaciones y se identifican en el espacio con lecturas diferentes, de los residentes y usuarios locales, y también de los visitantes o turistas que la consumen, asociada a imaginarios diversos en los cuales cultura y patrimonio son factores determinantes para la idealización de un espacio, que ofrece la memoria del pasado como un producto de consumo en muchos casos auténtico y honesto, pero en otros en un espectáculo o escenario que banaliza la propia historia y el patrimonio arquitectónico, urbano y arqueológico dentro de un proceso de *marketing* para la atracción del turismo cultural.

A manera de ejemplo podemos citar el caso del concurso realizado en el 2007 para elegir las “Siete Nuevas Maravillas del Mundo Moderno”, donde los sitios emblemáticos, contenedores de los valores culturales y de la identidad

de las naciones, fueron presa de un certamen a nivel mundial que privilegió en su selección la simple popularidad comercial más que una apreciación por valores históricos, culturales o por una excepcionalidad arquitectónica, que a cinco años de su realización y la designación de los sitios ganadores, deja ver los vacíos legales y los problemas de gestión del patrimonio cuando se le vincula a la actividad turística de manera indiscriminada.

En el caso de los sitios y ciudades inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, además de que pesa sobre ellos la obligación internacional de conservar y restaurar los valores originales del sitio, las dinámicas funcionales de la ciudad plantean cuestiones complejas, encontrando siempre conflictos y confrontaciones al decidir hasta qué punto es posible introducir cambios y controles para minimizar los impactos de la función turística en los bienes culturales y en la sociedad local, en particular en las dinámicas administrativas que pretenden adecuar y muchas veces forzar los límites de acogida de la ciudad histórica y de los monumentos para un turismo poco planificado y en aumento constante.

IV. CONCRETANDO ALGUNAS IDEAS (CONCLUSIÓN)

Debemos concluir reconociendo que las actividades turísticas vinculadas a la cultura y a la herencia histórica material e inmaterial de las civilizaciones y de las naciones del mundo, demandan —de manera responsable y obligada— realizar evaluaciones periódicas del impacto en el patrimonio edificado e intangible y en el medio ambiente cultural y natural, buscando, dentro de una práctica ética, minimizar las repercusiones negativas y potencializar los programas exitosos como productos turísticos sustentables, en particular en aquellos sitios con presupuesto y con poco personal especializado en conservación y gestión patrimonial, como se da en América Latina, el Caribe y las Antillas.

Lamentablemente, estas políticas que deberían formar parte de procesos de gestión horizontal para los administradores de las ciudades y sitios patrimoniales, para los gestores de recursos culturales y para los promotores turísticos privados, son poco aplicadas y en algunos casos totalmente desconocidas en muchas ciudades que ostentan el reconocimiento de destinos de alta demanda del turismo cultural.

Finalmente, para abordar académica y éticamente el tema del estado del turismo cultural debemos obligadamente plantear varias consideraciones y reflexiones, que destaquen, más allá de la simple visión mercantil dentro

del complejo entramado de la industria turística, algunas propuestas orientadas para concebir el turismo cultural como un medio para la difusión y rentabilización sostenible y honesta de los recursos culturales, tangibles e intangibles.

Una primera consideración. Reconocer que las iniciativas de gestión no pueden ser desarrolladas unilateralmente por los promotores turísticos, sino que se debe involucrar a las entidades y gestores de la cultura y el patrimonio histórico, en un proceso de permanente implicación con los actores de la industria turística, buscando un equilibrio en una doble perspectiva; de la función turística cultural como actividad difusora e interpretativa del patrimonio que contribuya a su conservación; y como una actividad rentable que fomente bienestar y desarrollo, propiciando mejoras en la calidad de vida de las comunidades receptoras.

Una segunda consideración. Valorando que los atractivos turísticos son muy amplios y responden a los intereses del consumidor potencial, identificar y evaluar las distintas tipologías de usuarios (turistas, visitantes, viajeros, etc.) en los cuales la oferta cultural debe implantarse para ser absorbida para evitar banalizar la cultura y el patrimonio, favoreciendo estrategias y procesos creativos que propicien mecanismos de interpretación asequibles a la mayoría de los ciudadanos y comprensibles en el contexto de las nuevas técnicas de comunicación cultural.

Una tercera consideración. Plantear una implicación decidida y obligada de las instituciones culturales en los procesos de planificación turística, de manera que los modelos resultantes de gestión contengan criterios serios y documentados como componentes de la oferta y se preserve la autenticidad y valor de las culturas vernáculas. En muchos casos encontramos que si la iniciativa corresponde exclusivamente al sector turístico, el riesgo de superficialidad y de impacto negativo sobre la realidad cultural local puede ser, de manera involuntaria, desastroso a corto y mediano plazo, por lo cual la sensibilización y la actuación conjunta de las instituciones culturales con la industria turística es fundamental para evitar estos riesgos.

Una cuarta consideración. Reconocer objetivamente y sin romanticismos la realidad socioeconómica que tiene el turismo cultural en el desarrollo local —en la conservación del patrimonio cultural, evitando confrontaciones— y posturas antagónicas entre la conservación a ultranza y la puesta

en valor del patrimonio edificado con usos turísticos racionales. En muchos escenarios, la soberbia de la élite patrimonialista ha ocasionado que su participación se realice de manera sesgada, caprichosa a veces, crítica en otras y —en muchos casos— poco comprensiva de la realidad económica y de los beneficios que puede aportar el turismo cultural para la propia conservación del patrimonio.

Una quinta consideración. Debemos reflexionar sobre los riesgos que conlleva la falta de una adecuada planificación y manejo integral de un producto turístico cultural. En el panorama mundial es frecuente encontrar una oferta de productos contruidos al vapor y sobre todo comercializados en un proceso solamente de divulgación banal y mercantilismo, que procuran fundamentalmente atraer flujos indiscriminados de visitantes, sin ofrecer un producto auténtico, sustentable culturalmente y debidamente estructurado para su interpretación y difusión. Esto propicia consecuencias lamentables, principalmente dos que han sido señaladas por Damián Moragues como frecuentes: la sobreexplotación y/o la subvención del visitante.

Sobreexplotación porque ante la ausencia de producto estructurado se suele generar una oferta anárquica y descompensada con riesgos evidentes para el mismo recurso (véase el caso de muchas fiestas tradicionales) y lo que denominamos subvención no es más que, por la ausencia de producto y, por tanto, por la inexistencia de mecanismos comerciales que rentabilicen el recurso, se acaba soportando los costes de conservación, interpretación, difusión, etc., a cambio de nada o muy poco. Es decir estaremos subvencionando indirectamente al visitante que disfruta del recurso.

Una sexta consideración. Los destinos que no se renuevan y se vuelven monótonos, que no se involucran en estrategias de sustentabilidad turística o que presentan saturación, sobrecarga turística y banalización, son rechazados en general por el viajero cultural, que es más exigente que el turista tradicional. El suponer que los recursos culturales son un atractivo turístico *per se* y que van a conducir los flujos turísticos hacia un determinado lugar, ciudad o territorio, puede ser especulativo. Dar por hecho que comercializar o promover simplemente los recursos culturales le otorga a un destino una atracción y un alto potencial que significará obligadamente la afluencia inmediata y permanente de visitantes, es un error. Es común el declive de

destinos exitosos dentro del frágil comportamiento del turismo, ante fenómenos diversos como desastres naturales, violencia, terrorismo, epidemias o simplemente frente a la competitividad de destinos culturales emergentes, con políticas agresivas y novedosas como es el caso de China en la actualidad, situado en el tercer lugar como receptor de turismo a nivel mundial.

Bibliografía

- Ballart, Josep y Jordi Juan i Tresserras, *Gestión del Patrimonio Cultural*, Barcelona, Ariel, (Col. Ariel Patrimonio), 2001.
- Bertran M. Gordon, “El Turismo de masas un concepto problemático en la historia del siglo XX” en *Revista de Historia Contemporánea. Turismo y nueva sociedad*, núm.25, 2002 (II), Universidad del País Vasco, pp. 125-156. Consultado en: www.historiacontemporanea.ehu.es/s0021-con/es/contenidos/boletin_revista/00021_revista_hc25/es_revista/indice.html.
- Boullón, Roberto, *Planificación del Espacio Turístico*, 2ª Edición, México, Trillas (Col. Trillas Turismo), 1990.
- De la Calle Vaquero, Manuel, *La ciudad histórica como destino turístico*, Madrid, Ariel (Col. Ariel Turismo), 2002, p.11.
- Grefffe, Xavier, “¿Es el patrimonio un incentivo para el desarrollo?”, en *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, año XI, núm. 42, Junta de Andalucía-IAPH, febrero 2003.
- Herrera Prieto, Luis César (coord.), *Turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000.
- Hiriart Pardo, Carlos Alberto, *La gestión del patrimonio cultural en Michoacán y sus impactos en el patrimonio monumental de Morelia y Pátzcuaro*, Tesis para obtener el grado de Doctor en Arquitectura, Programa Interinstitucional de Doctorado en Arquitectura (PIDA), Facultad de Arquitectura de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, octubre del 2006.
- Michaud, Yves, “Los turistas son unos invasores que pagan” en *Diario El País*, Madrid, 23 de Mayo de 2005. Tomado de Internet en: <http://www.patrimonio-mundial.com/turismocultural260505.htm>, fecha de consul-

ta 3 de septiembre del 2010.

Moragues Cortada, Damián, “El diálogo turismo y cultura” en *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura*, núm. 8, abril-junio de 2006, Organización de Estados Iberoamericanos para la Ciencia y la Cultura. Tomado de: www.oei.es/pensariberoamerica/ric08a02.htm, fecha de consulta 12 de septiembre del 2011.

OECD, *El impacto de la cultura en el turismo*, México, OECD-Secretaría de Turismo, 2009.

Pedersen, Arthur, *Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial*, París, UNESCO-Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO, 2005.

Rivera Blanco, Javier (ed.), *La Europa de las catedrales. conservación y gestión*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2008, 459 pp.

UNESCO, “Conferencia intergubernamental sobre los aspectos institucionales, administrativos y financieros de las políticas culturales. Resolución núm. 10” Venecia, del 24 de agosto al 2 de septiembre de 1970.

UNESCO, *Turismo cultural sostenible*, tomado de: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=36700&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Fecha de consulta, 15 de septiembre del 2011.

UNWTO, *Word Tourism Barometer*, Volume 9, No. 1, Madrid, OMT, February 2011

UNWTO, *Word Tourism Barometer (Interim update)*, Madrid, OMT, April 2011.